

Leistungsangebot

## IT-Lösungen für Produktdaten und Konfiguratoren im Automobilvertrieb

 Capgemini sd&m

Car Finance Agreement

## Ihre Herausforderungen

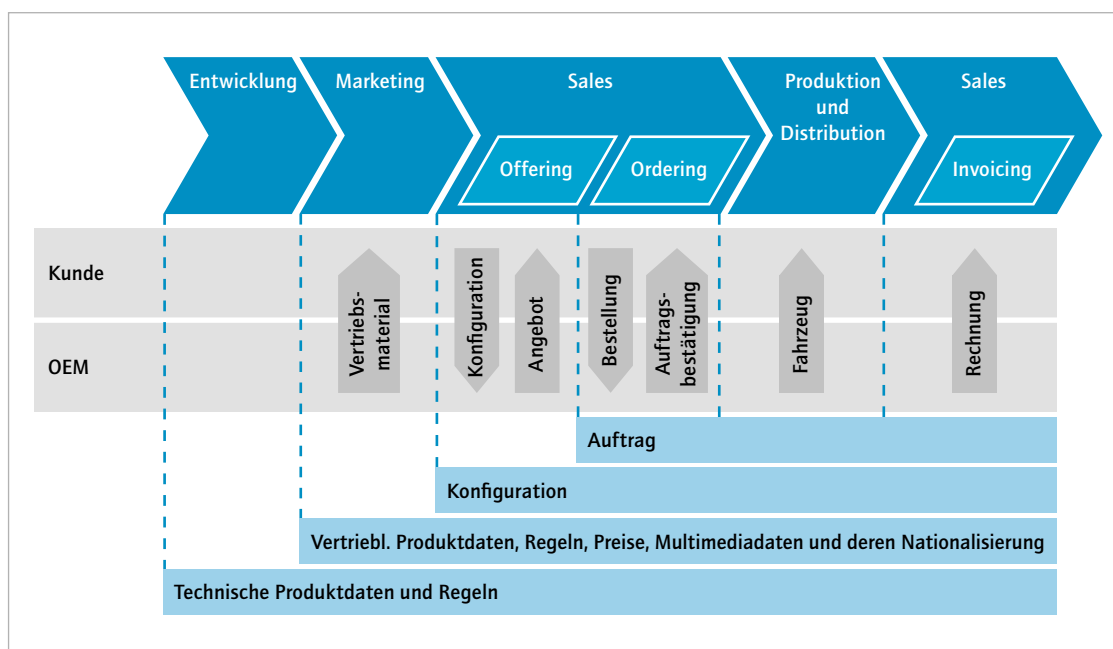
Um wettbewerbsfähig zu bleiben und ihre Produktionsvolumina zu steigern, müssen die Automobilhersteller ihre Produktpalette weiter differenzieren, die Preise flexibel gestalten und sich auf immer kürzere Produktzyklen einstellen. Eine zunehmende Zahl von Fahrzeugen wird aus einer Vielzahl von Modellen, Motoren und Ausstattungen kundenindividuell konfiguriert. Die Erschließung neuer und der Ausbau bestehender Märkte und Marktsegmente fordern ebenfalls spezifische Konfigurationsmöglichkeiten.

Trotz steigender Komplexität und Menge müssen die Produkt- und Preisdaten einschließlich Bild- und Multimediainformationen Ihren Kunden im Vertriebsprozess konsistent, aktuell und in optimaler Qualität dargeboten werden – weltweit. Die Produkt- und Preisdaten werden dadurch ständig komplexer und ändern sich immer häufiger. Doch dank effektiven Produktdatenmanagements bleibt die astronomische Zahl von Varianten beherrschbar.

### Exzellenz ab dem ersten Kontakt zum Kunden

Produktmanagement und Fahrzeugentwicklung Ihres Unternehmens schaffen exzellente Produkte, die von der ersten Probefahrt an Ihre Kunden begeistern. Die Anstrengungen zur gezielten Kundengewinnung müssen allerdings früher beginnen: Studien zeigen, dass schon heute einem Verkaufsgespräch in den meisten Fällen die Nutzung eines Online-Konfigurator vorausgeht\* – mit steigender Tendenz. Bereits ab diesem ersten Kontakt zum Kunden (Point of Contact) gilt es, durch professionellen Auftritt und exzellente Prozesse zu überzeugen.

Eine hochwertige Konfiguratorlösung bietet nicht nur eine ansprechende Oberflächengestaltung, sondern fügt sich auch optimal in den Angebotsprozess ein. Unterstützt werden beispielsweise die Suche nach Bestandsfahrzeugen und die Auswahl von Leasing-/Finanzierungsangeboten, Versicherungs- oder Serviceleistungen, die zur gewählten Konfiguration



Vom Point of Contact bis zur Rechnungsstellung sind konsistente Produktdaten ein Muss.

## Leistungsangebot von Capgemini sd&m

passen. Ihre Kunden erwarten einen durchgängigen Vertriebsprozess mit einheitlichen Daten vom Konfigurieren ihres Wunschfahrzeugs im Internet über das passende Angebot ihres Händlers und die resultierende Auftragsbestätigung bis hin zur korrekten Rechnung.

Medien- und Prozessbrüche mit fehleranfälligen manuellen Zwischenschritten verursachen dabei jedoch heute häufig erhebliche Kosten und beeinträchtigen die Qualität Ihrer Leistung. Unvollständige, veraltete Produktdaten und inhaltliche Abweichungen zwischen Angebotserstellung (Offering), Auftragsabwicklung (Ordering) und Rechnungsstellung (Invoicing) führen zu Imageverlust, Frustration bei Ihren Kunden und peinlichen Situationen für den Verkäufer. Zeitgemäße und innovative IT-Lösungen vermeiden hingegen unnötigen Aufwand und helfen durch exakte, aktuelle und konsistente Informationen beim Verkaufsgespräch und bei der passgenauen Umsetzung des Kundenwunsches.

### Komplexes Konfigurieren beherrschen

Eine differenzierte, auf die jeweiligen Marken, Märkte und Marktsegmente ausgerichtete Kundenansprache erfordert neben Konfiguratoren in den „klassischen“ Vertriebskanälen, z. B. in einem Retail-System oder einem Verkäufer-Laptop, auch spezifische Online-Konfiguratoren für die „digitalen“ Vertriebskanäle im Internet. Verschiedenste Kundengruppen und -interessen müssen dabei bereits im B2C-Bereich bedient werden (z. B. technische Experten, an der Transportaufgabe orientierte Kunden, Mitarbeitergeschäft). Erst recht sind jedoch im B2B-Segment (z. B. Portale für Groß- und Flottenkunden, Aufbauhersteller) unterschiedliche Anforderungen zu berücksichtigen: Im gewerblichen Bereich spielen harte Produktfakten und nüchterne Überlegungen zur Wirtschaftlichkeit gegenüber der Emotionalität des Auftritts eine größere Rolle. Erweiterte Funktionalitäten sind gefragt – bis hin zur Online-Konfiguration passender Servicepakete und dem digitalen Vertrieb kompletter Mobilitätslösungen.

Die verschiedenen Konfiguratoren für diese Vielzahl von Nutzungskontexten sollen aber weder die Kosten für Anschaffung und Betrieb noch die IT-Komplexität in die Höhe treiben. Zeit und Aufwand für die Bereitstellung einer konsistenten Datenbasis am Point of Contact/Point of Sale gilt es zu minimieren. Zudem müssen Baubarkeitsdivergenzen zwischen Vertriebs- und Werkssicht vermieden werden, so dass die resultierenden Konfigurationen stets sowohl vertrieblich sinnvoll als auch technisch produzierbar sind.

Daher setzt sich die Erkenntnis durch, dass neben einer ansprechenden Oberfläche auch eine einheitliche, effiziente Produktdatenversorgung integraler Bestandteil jeder leistungsfähigen Konfiguratorlösung ist. Darüber hinaus rückt die Durchgängigkeit des gesamten Vertriebsprozesses in den Mittelpunkt.



Der Konfigurator steht im multidimensionalen Spannungsfeld vielfältiger Nutzungskontexte.

\* Capgemini Cars Online Studie 06/07: In Deutschland nutzen 62% der Kunden eine Hersteller-Website während der Kaufphase. 31% der Kunden wollen ein Angebot online erstellt bekommen.

## Unsere Lösungen

Auf der Grundlage unserer langjährigen Erfahrung in der Automobilindustrie konzipieren wir eine optimale Softwarelösung für Ihre Anforderungen und setzen sie erfolgreich um.

### Eine gemeinsame Produktdatenbasis für den gesamten Vertrieb

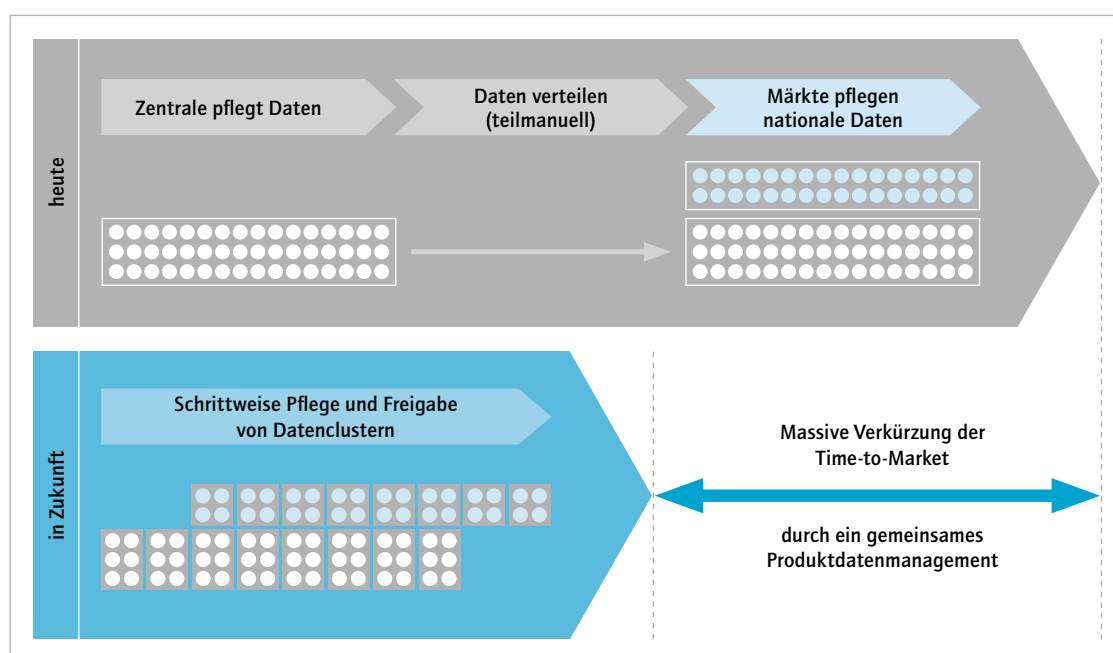
Die vielfältigen Produktdaten für Automobile müssen nicht nur an jeder Stelle des Vertriebsprozesses zeitnah und korrekt zur Verfügung stehen, auch ihre Entstehung stellt bereits einen hochkomplexen verteilten Prozess mit zahlreichen Mitwirkenden in Entwicklung, Marketing, Zentralvertrieb und Märkten dar. Ein gemeinsames Produktdatenmanagement, maßgeschneidert für Ihre spezifischen, wettbewerbsdifferenzierenden Prozesse und Daten, ermöglicht es dem gesamten Vertrieb, die Produkt- und Preisdaten konsistent, aktuell und effizient zu pflegen und zu nutzen.

Dazu werden initial Produktbezeichnungen und technische Baubarkeitsregeln aus dem PDM-System der Entwicklung in die einheitliche Produktdatenbasis des Vertriebs übernommen. Passende Bild- und Multimediadaten aus dem PIM-System des Marke-

tings und gegebenenfalls weiteren Datenquellen werden extrahiert und zur Referenzierung durch den Konfigurator bereitgestellt.

Darauf aufsetzend erfolgt die komplexe Datenpflege durch viele Beteiligte aus der ganzen Vertriebsorganisation. Dabei werden Regeln, Texte, Gültigkeiten, Serenumfänge, Ausstattungspakete und Preise zu einer Produktmaßnahme gebündelt, anhand von realen oder virtuellen Aufträgen getestet und gemeinsam freigegeben. Paralleles Arbeiten zwischen Zentrale und Märkten wird auf diese Weise unterstützt, weil die Märkte nicht mehr auf die Verteilung der kompletten Produktdaten warten müssen.

Für alle Vertriebskanäle und Vertriebsprozesse einschließlich der Konfiguration steht so eine gemeinsame, einheitliche Datenbasis bereit und verkürzt die Time-to-Market entscheidend. Alle Nutzersysteme werden standardisiert mit Produktdaten versorgt, Ihre Anwendungslandschaft vereinfacht sich.



Ein gemeinsames Produktdatenmanagement erlaubt parallele Datenpflege von Zentrale und Märkten und verkürzt damit die Time-to-Market.

### Hochwertige Konfiguratorlösungen für einen durchgängigen Vertriebsprozess

Auf der Grundlage einheitlicher Produktdaten des gesamten Vertriebs können zentrale Konfigurationsdienste für alle Konfiguratoren der verschiedenen Marken, Märkte, Vertriebskanäle, Kundengruppen und der entsprechenden Nutzungskontexte zur Verfügung gestellt werden.

Im Offering bietet der Konfigurationsservice dem User in jedem Schritt seiner Konfiguration vielfältige, verständliche Optionen und Alternativen mit Vergleichsmöglichkeiten zur Auswahl. Wiederholungen oder Korrekturen früherer Konfigurationsschritte werden durch intelligente Benutzerführung vermieden. Die komplette Palette der Produktdaten einschließlich Bild- und Multimediainformationen steht für eine attraktive Präsentation zur Verfügung.

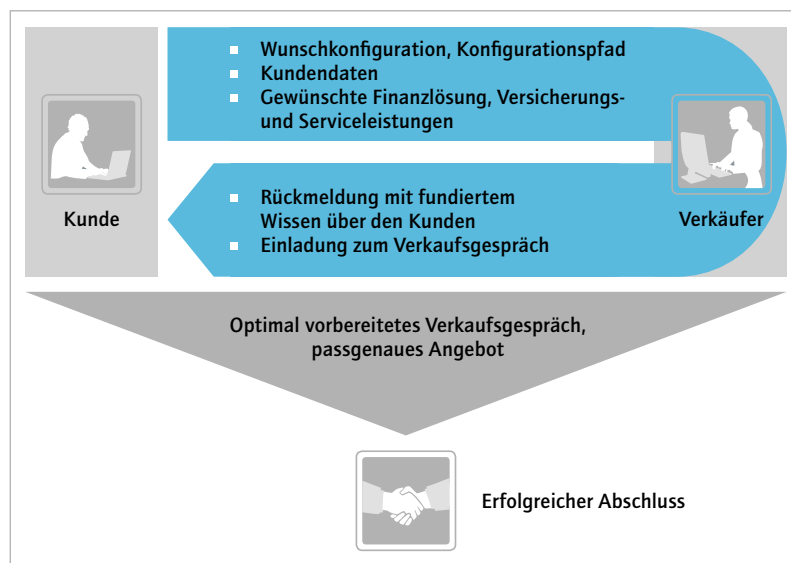
Ein Internet-Kunde kann seine Wunschkonfiguration und seine Kontaktdaten unmittelbar an den Händler seiner Wahl übermitteln, der sie ohne aufwendige Zwischenschritte direkt zu einem Angebot weiterbearbeiten kann. Mit dem Wissen über den durchlaufenen Konfigurationspfad des Kunden und dessen individuell gewählte Ausstattungen lässt sich ein erfolgreiches Verkaufsgespräch ideal gestalten.

Im Ordering ist aufgrund der steigenden Produktkomplexität und -änderungshäufigkeit ein Validierungsdienst für Aufträge erforderlich, der nicht nur die Baubarkeit prüft, sondern auch naheliegende Korrekturen automatisch vornimmt („Heilende Validierung“). Damit ist der Auftrag ans Werk immer

technisch produzierbar und Auftragskorrekturen aufgrund von Werksrestriktionen kommen nicht mehr vor.

Im Invoicing werden die Kundendokumente (z. B. die Rechnung) auf derselben Datenbasis erstellt wie im Offering und im Ordering. So erhält der Kunde immer die gleichen korrekten Informationen (z. B. Preise).

Auf diese Weise ist eine durchgängige Unterstützung des gesamten Vertriebsprozesses gewährleistet. Die performante softwaretechnische Umsetzung von Konfigurations- und Validierungsdiensten stellen wir



Durchgängiger Vertriebsprozess im Offering

durch spezifisch aufbereitete Ablageformate für das Regelwerk in der gemeinsamen Datenbasis sicher.

Durch unsere Expertise aus IT-Projekten für namhafte Kunden aus der Automobilindustrie können wir gemeinsam mit Ihnen die zu unterstützenden Soll-Prozesse und -Systeme konzipieren, entwickeln, integrieren und ausrollen. Wir übernehmen für Sie auch gerne die Integration eines Konfigurator-Produkts in bestehende Lösungen einschließlich der Datenversorgung.

### Konfiguration und Produktdaten in einer serviceorientierten Architektur

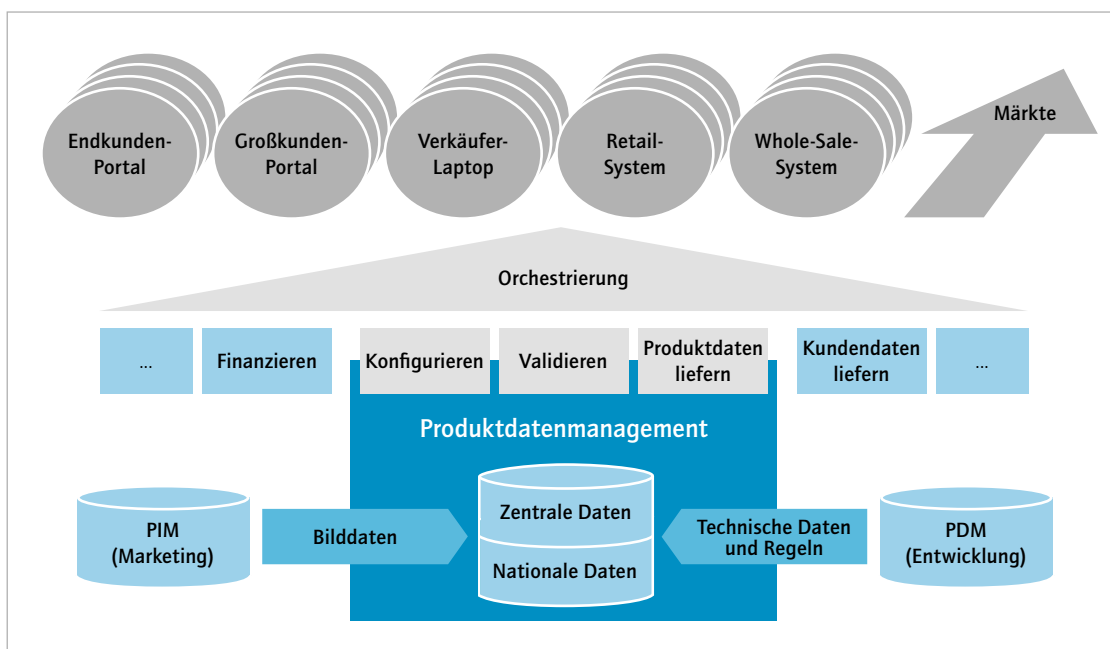
Die Fahrzeugkonfiguration ist ein Kernprozess im Fahrzeugvertrieb, an den in jedem der zahlreichen Nutzungskontexte umfangreiche spezifische Anforderungen gestellt werden. Daher ist heute bei vielen Automobilherstellern eine Vielzahl von Konfiguratorlösungen mit viel redundanter Funktionalität im Einsatz.

Zunehmend gestalten Unternehmen ihre IT-Landschaft nach den Prinzipien der serviceorientierten Architektur, um redundante Systemfunktionen zu vermeiden und IT-Kosten zu reduzieren. Für den Konfigurationsprozess bedeutet diese Architektur, dass eine zentrale, prozessübergreifend nutzbare Konfiguratorlösung geschaffen wird. Diese stellt alle nötigen Konfigurations- und Validierungsdienste zur Verfügung und stützt sich dabei auf das einheitliche, zentrale Produktdatenmanagement.

Die Nutzung von unternehmensweit verfügbaren Diensten ist wesentlich kostengünstiger und qualitativ hochwertiger, als immer neue Konfiguratoren auf immer neue Weise aufwendig mit Produktdaten zu versorgen. Baut man dagegen ein Vertriebssystem

auf der Grundlage von standardisierten Basisdiensten auf und orchestriert die einzelnen Dienste zu hoch angepassten Konfiguratoren, so werden die spezifischen Anforderungen in jedem Nutzungskontext besser und schneller erfüllt. Der entscheidende Vorteil gegenüber dem Einsatz und der Anpassung von monolithischen Konfiguratorlösungen ist, dass Ihr Unternehmen neue Produkte und Dienstleistungen so schneller und in optimaler Qualität zum Kunden bringt.

Im modernen Fahrzeugvertrieb werden um das Kernprodukt Fahrzeug herum zunehmend weitere Produkte und Dienstleistungen verkauft, wie zum Beispiel Finanzlösungen, Versicherungs- und Serviceleistungen, Fahrzeugzubehör oder Lifestyle-Produkte. Die IT-Lösungen der Zukunft bringen alle diese zusätzlichen Leistungen passgenau für den Kunden zusammen: Sie können Cross-Selling beispielsweise unterstützen, indem Sie CRM-Services („Wir wissen, was der Kunde möchte“) und Konfigurationsdienste („Was passt sinnvoll zum Fahrzeug?“) integrieren. Selbst innovative Geschäftsprozesse wie die Konfiguration kompletter Mobilitätslösungen lassen sich dadurch umsetzen.



Der Kern einer serviceorientierten Architektur im Vertrieb ist ein Single Point of Truth für Produktdaten.

## Ihr Nutzen

Auf der Basis einheitlicher Produktdaten schaffen wir gemeinsam mit Ihnen hochwertige Konfiguratorlösungen. Das Thema Konfiguration wandelt sich somit vom Kostenfaktor zum Nutzen stiftenden und strukturierenden Element Ihrer Vertriebsprozesse, IT-Landschaft und Vertriebsdatenwelt. Ihren Kunden vermitteln Sie über einen professionelleren Außenaustritt und perfektionierte Prozesse ein positiveres Markenerlebnis und erhöhen damit die Kundenbindung.

### **I Durchgängiger Vertriebsprozess**

Prozess- und Medienbrüche zwischen Offering, Ordering und Invoicing werden vermieden. Der Aufwand beim Händler sinkt, das Verkaufsgespräch kann effektiver geführt werden.

### **I Qualität**

Vollständige, korrekte, konsistente und aktuelle Produktdaten in reibungslosen Prozessen überzeugen Ihre Kunden und Vertriebsmitarbeiter.

### **I Attraktivität**

Die Darstellung wird professioneller und die Usability Ihrer Konfiguratorlösung nimmt zu.

### **I Time-to-Market**

Die Zeit und der Aufwand der Datenbereitstellung bis zum Point of Contact/Point of Sale werden deutlich verringert.

### **I Senkung der IT-Kosten**

Alle Nutzungskontexte können zukünftig zeitnah mithilfe eines einzigen Configurators und einer gemeinsamen Datenbasis bedient werden. Der IT-Betriebsaufwand sinkt, weil Insellösungen und Altsysteme in den einzelnen Märkten nicht mehr betrieben werden müssen.

### **I Zukunftsfähigkeit**

Ihre Konfiguratorlösung ist als zentrales Element optimal in Ihre aktuelle Prozess- und Systemwelt eingebettet. Ihre änderungsfreundliche Architektur begünstigt aber auch Anpassungen an zukünftige technische und fachliche Ideen.

Capgemini sd&m ist die Technologie-Services-Einheit der Capgemini-Gruppe in Deutschland und der Schweiz und bietet ihren Kunden ganzheitliche Prozess- sowie Softwarelösungen, die maßgeblichen Einfluss auf deren Wettbewerbsfähigkeit haben. Die Leistungen reichen von der Prozess- und IT-Beratung über IT-Architekturen bis zur Implementierung und decken sowohl Individualsoftware-Lösungen als auch Standardapplikationen ab. Auf die Zusammenarbeit mit Capgemini sd&m vertrauen Kunden aller Branchen, insbesondere aus den Bereichen Automotive und Finanzdienstleistungen. Hierzu zählen unter anderem BMW, Daimler, HypoVereinsbank, Münchener Rück, AOK, Bundesverwaltungsamt, Deutsche Post, Deutsche Telekom und E.ON.

Capgemini sd&m ist an den Standorten München, Stuttgart, Walldorf, Frankfurt, Köln/Bonn, Düsseldorf, Berlin, Hannover, Hamburg und Zürich vertreten.

Capgemini ist einer der weltweit führenden Dienstleister für Management-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing und ermöglicht seinen Kunden den unternehmerischen Wandel durch den Einsatz von Technologien. Capgemini beschäftigt weltweit in 36 Ländern rund 86.000 Mitarbeiter und erzielte 2007 einen Umsatz von über 8,7 Milliarden Euro.

#### **Kontakt**

Dr. Andreas Scholz, Capgemini sd&m,  
Carl-Wery-Straße 42, 81739 München,  
Telefon 089 63812-607

[www.de.capgemini-sdm.com](http://www.de.capgemini-sdm.com)  
[andreas.scholz@capgemini-sdm.com](mailto:andreas.scholz@capgemini-sdm.com)

